

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1. 1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian .....	12
1.3.1 Maksud Penelitian .....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	13
<b>BAB II .....</b>	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>15</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	18
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	26
2.1.4 Tinjauan Tentang Brand Ambassador.....	29
2.1.5 Tinjauan Tentang Kredibilitas.....	30
2.1.6 Tinjauan Minat Beli .....	30
2.1.7 Tinjauan Tentang Sosial media.....	31
2.1.8 Tinjauan Tentang New Media.....	32
2.2 Kerangka Pemikiran .....	33

2.2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	33
2.2.2	Kerangka Pemikiran Konseptual.....	36
2.2.3	Alur Kerangka Pemikiran .....	39
2.3	Hipotesis .....	40
2.3.1	Hipotesis Induk .....	40
2.3.2	Hipotesis Pendukung.....	41
<b>BAB III</b>	.....	<b>43</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>43</b>
3.1	Desain Penelitian .....	43
3.1.1	Metode penelitian.....	43
3.1.2	Sifat Penelitian .....	43
3.2	Populasi dan Sample.....	44
3.2.1	Populasi Penelitian .....	44
3.2.2	Sample Penelitian .....	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.3.1	Studi Pustaka.....	46
3.3.2	Studi Lapangan .....	46
3.4	Operasionalisasi Variable.....	48
3.5	Teknik Analisis Data .....	50
3.5.1	Uji Validitas Data .....	52
3.5.2	Uji Realibilitas Data.....	53
3.5.3	Analisis Deskriptif .....	54
3.5.4	Analisis Regresi Sederhana .....	55
3.5.5	Uji Statistik Penelitian .....	58
3.5.6	Uji Hipotesis .....	59
3.6	Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	59
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	59
3.6.2	Waktu Penelitian.....	59
<b>BAB 4</b>	.....	<b>61</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>61</b>
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	61

4.1.1	Visi, Misi dan Tujuan Di Bentuknya Komunitas Sepeda Cikole Lembang .....	63
4.2	Karakteristik Responden.....	63
4.3	Pengujian Instrumen Penelitian .....	65
4.4	Analisis Deskriptif .....	66
4.4.1	Gambaran Kredibilitas Brand Ambassador pada sosial media .....	68
4.4.2	Gambaran Minat Beli Produk Speed Jersey (Y) .....	72
4.5	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	77
4.5.1	Uji Asumsi Klasik .....	78
4.6	Uji Regresi Linier Sederhana .....	85
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi.....	91
4.6.2	Uji T .....	95
4.7	Pembahasan .....	100
<b>BAB V</b>	.....	<b>107</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>107</b>
5.1	Kesimpulan.....	107
5.2	Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>114</b>